

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ «НИНХ»
Кафедра финансов

ОТЧЕТ

по учебно-ознакомительной практике
на ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

Выполнил:

Басистая Т.В.

Новосибирск, 2017

Содержание

Часть 1. Краткая характеристика ООО «ХКФ»

Часть 2. Анализ кредитного портфеля (на примере ООО «ХКФ»)

Часть 3. Выводы по итогам прохождения учебной практики

Часть 1. Краткая характеристика ПАО «Сбербанк России»

Полное фирменное наименование Банка: **Общество с ограниченной ответственностью «Хоум Кредит энд Финанс Банк»**. Сокращенное фирменное наименование Банка: **ООО «ХКФ»**. Дата регистрации Банком России - 19 июня 1990 г. Регистрационный номер, присвоенный Банком России - № 316. Основной государственный регистрационный номер: (ОГРН) 1027700280937 от 04 октября 2002 года

Банк основан в 1990 году под названием «Инновационный банк Техно полис». В 2002 году состоялась сделка о покупке Группой Home Credit <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%83%D0%BC_%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82_%D0%93%D1%80%D1%83%D0%BF> «Инновационного Банка Техно полис». 16 июля того же года был выдан первый кредит под брендом Home Credit в России. В том же году были открыты первое представительство и первая торговая точка.

В 2003 году банк заключил договор о партнёрстве с Эльдорадо <[https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BB%D1%8C%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%BE_\(%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BB%D1%8C%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%BE_(%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2))> и начал географическую экспансию. В 2004 году банк выпустил первую кредитную карту и получил первую прибыль по итогам года. Точки продаж Хоум Кредит были открыты во всех федеральных округах России, за исключением Дальнего Востока. В 2005 году банк открыл первый кредитно-кассовый офис и выдал первый кредит наличными.

В 2006 году банк сконцентрировался на совершенствовании системы андеррайтинга и противодействия мошенничеству, а также запустил программу ипотечного кредитования. В 2007 году банк вышел в лидеры на рынке кредитных карт, один из первых на рынке провёл акцию 0-0-24. Хоум Кредит начал переходить от модели банка-монолайнера к универсальному розничному банку. Запущена программа автокредитования, началось привлечение вкладов физических лиц и выпуск дебетовых карт.

В 2008 году банк оптимизировал свою стратегию, гибко отреагировав на кризис. Банк сосредоточился на кредитах наличными и кредитах в точках продаж, свернув ипотеку и автокредитование.

В 2009 году банк вышел на рынок зарплатных проектов, развивает сеть

банкоматов, предлагает клиентам услуги SMS-уведомлений и Интернет-банкинг. Хоум Кредит становится № 1 на рынке кредитования в точках продаж.

В 2010 году банк добивается рекордной прибыли по МСФО за все время существования - 9,4 млрд руб. Возобновляет выдачу автокредитов и активную региональную экспансию.

В 2011 году банк продолжает развитие каналов продаж, расширяя своё присутствие в регионах, привлекая для продажи своих продуктов агентов и брокеров. В результате по итогам года объёмы выдаваемых кредитов наличными превысили объёмы POS-кредитов.

В июле 2012 года банк объявило переходе к стратегии работы в качестве Финансового магазина

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD, или «ФинМага».

В конце 2012 года банк занял третье место на рынке кредитования физических лиц после Сбербанка

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B1%D0%B5%D1%80%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 и ВТБ24

<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%A2%D0%9124>, а также вошёл в десятку крупнейших банков по объёму портфеля депозитов физических лиц^[18] https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%83%D0%BC_%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82_%D1%8D%D0%BD%D0%B4_%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81_%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA

В январе 2013 года банк объявил о приобретении АО «Хоум Кредит Банк» в Казахстане, который также входит к группе Home Credit B.V.^[3]

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%83%D0%BC_%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82_%D1%8D%D0%BD%D0%B4_%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81_%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA

Лауреат премии «Банковское дело».

Банк принадлежит голландской <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%8B>

Home Credit Group, которая входит в состав чешской <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D1%85%D0%B8%D1%8F>

группы компаний PPF <https://ru.wikipedia.org/wiki/PPF>^[19]

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%83%D0%BC_%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82_%D1%8D%D0%BD%D0%B4_%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81_%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA

Председатель совета директоров - Иржи Шмейц. Председатель правления - Юрий Андресов.

Также ООО «ХКФ» занимается благотворительностью.

Часть 2. Анализ кредитного портфеля коммерческого банка (на примере ООО «ХКФ Банк»)

Кредитная политика - Система единых принципов и правил, регламентирующих организационные и методологические аспекты достижения минимизации кредитного риска при сохранении необходимой прибыльности ссудных операций Банка.

Целью Кредитной политики является установление приоритетов и принципов кредитования и управления кредитным риском в Банке. Кредитование Банком осуществляется на условиях возвратности, срочности, платности и целевого использования.

Объемы и сроки кредитования определяются Банком исходя из объемов и сроков имеющихся в распоряжении Банка пассивов.

Основными критериями принятия решения о предоставлении кредитов являются финансовое состояние заемщиков, качество предлагаемого обеспечения и кредитная история заемщиков. Набор финансовых инструментов, которые Банк принимает в качестве обеспечения, изменяется в соответствии с их реальной рыночной стоимостью.

В долгосрочной перспективе Банк нацелен на стабильное увеличение кредитного портфеля. Порядок реализации Кредитной политики устанавливается внутренними нормативными документами Банка.

Внутренние документы Банка корректируются в связи с изменениями законодательства Российской Федерации и действуют в части, ему не противоречащей.

Контроль за реализацией Кредитной политики и соблюдением установленного порядка совершения операций по предоставлению кредитов

и иных кредитных продуктов осуществляется в рамках общей системы внутреннего контроля, действующей в Банке.

Банк проводит разумную и взвешенную Кредитную политику, одним из основных критериев которой является надежность и ликвидность кредитуемых проектов.

Банком допускается возможность участия в совместных кредитных проектах (с участием других коммерческих банков) с целью краткосрочного или долгосрочного кредитования заемщиков.

Основными стратегическими особенностями Кредитной политики Банка являются:

- Диверсификация кредитных вложений по отраслям и сферам национальной экономики;
- Постоянный мониторинг текущего состояния кредитного портфеля;
- Увеличение числа надежных заемщиков, имеющих безупречную деловую репутацию и хорошее финансовое положение;
- Внедрение в практику кредитной работы новых схем и инструментов кредитования.

Основной задачей Банка в сфере кредитования является формирование кредитного портфеля, имеющего оптимальное соотношение уровня риска и доходности.

В расчетах основных показателей, характеризующих кредитование населения были использованы данные публикуемой финансовой отчетности банка на последние четыре отчетные даты.

Согласно действующему положению № 302-П от 26.03.2007г. «Положение о правилах ведения бухгалтерского учета в кредитных организациях, расположенных на территории РФ» утвержден план счетов, согласно которому по депозитным операциям вкладчикам банка в частности

физическим лицам в зависимости от срока привлечения вклада открываются следующие банковские счета, представленные в таблице 1.

Среди негативных тенденций, которые необходимо учитывать при прогнозировании тенденций развития ситуации в банковском секторе, можно выделить следующие.

Хотя российская банковская система и находится на периферии мирового финансового рынка, глобальный кризис ликвидности и переоценка риска оказали существенное влияние на российские банки, снизив темпы их роста, и привел к дефициту ликвидности в России. До августа 2007 г. приток иностранного капитала был основным источником роста российского банковского сектора. Оскудение этого источника снизило темп роста капитала и банковских активов, включая кредитные портфели. Замедление роста банков тормозит рост экономики.

Переоценка рисков банковского сектора вывела на первое место риск ликвидности, обошедший прежних лидеров - кредитный риск и риск регулирования. Рост волатильности финансового рынка усиливает роль процентного и валютного риска.

Удвоение объема потребительских кредитов на протяжении пяти последних лет ведет к накоплению в банковской системе высокого уровня кредитных рисков, которое, по мнению Банка России, пока не носит системного характера, но в случае экономического спада может явиться катализатором серьезного банковского кризиса.

Наблюдается ускорение роста просроченной задолженности по кредитам населению. Этот показатель непрерывно рос на протяжении последних лет, в результате чего он увеличился за пять лет в 50 раз (с 1,9 млрд. рублей на начало 2003 года).

Вместе с тем аналитики рынка прогнозируют, что в будущем уровень

просроченной задолженности в целом по банковскому сектору стабилизируются и будет иметь тенденцию к дальнейшему снижению вследствие совершенствования систем управления рисками на основе накопленного опыта, статистики, а также повышения уровня финансовой грамотности населения.

Эмитент начал осуществлять деятельность в области потребительского кредитования населения, начиная с марта 2002 г.

Банк входит в число кредитных организаций России, получивших рейтинги более чем одного международного рейтингового агентства.

При этом рейтинги Банка остались неизменными.

Подтверждение рейтингов в апреле 2008 года отражает ожидаемую поддержку со стороны собственника банка - PPF Group N.V., для которой Банк является стратегически важным активом в группе PPF, и это оказывает благоприятное влияние на капитализацию, фондирование, риск-менеджмент и IT-технологии банка.

Уровень рейтингов Банк сдерживается низкой, хотя и растущей, рентабельностью банка, короткой историей его деятельности на недостаточно развитом, но быстрорастущем рынке потребительского кредитования России и слабой диверсификацией ресурсной базы.

Среди позитивных факторов - хорошая капитализация и увеличивающиеся объемы бизнеса, стимулируемого растущей экономикой России, а также продолжающаяся сильная поддержка со стороны материнской компании PPF Group.

Устойчивый рост основных показателей деятельности Банка и сохранение его рейтинговых оценок является следствием адекватности реализуемой стратегии развития внешним и внутренним факторам.

В результате постоянного совершенствования систем риск-

менеджмента Банк сохранил положительную динамику в снижении уровня просроченной задолженности (NPL) с 11,9% в начале 2008 году до 9,3% по состоянию на 30 июня 2008.

Банк продолжает активно развиваться из монопродуктового банка в полноценный розничный банк, делая акцент на таких направлениях банковской деятельности, как кредитные карты и кредиты наличными. Банк также начал активно развитие своей депозитной базы - начав с пилотного проекта в г. Москва. В настоящий момент возможность открытия депозита в ХКФБ предоставляется в 20 городах России.

Ориентация на качественное улучшение стандартов клиентского обслуживания и удовлетворение потребительских требований лежат в основе успешной деятельности Банка. Банк является вторым по величине игроком в сегментах потребительских кредитов и кредитных карт. На конец отчетного периода доля кредитов наличными в портфеле Банка составила свыше 15%, доля кредитных карт - порядка 30%.

Основные существующие и предполагаемые конкуренты кредитной организации - эмитента по основным видам деятельности, включая конкурентов за рубежом.

Банк уверенно держится в группе лидеров в сегментах товарного кредитования и кредитных карт, являясь вторым крупнейшим игроком в сегменте товарного кредитования и на рынке кредитных карт. Основными конкурентами банка на рынке товарных кредитов являются ЗАО «Банк Русский Стандарт», ОАО АКБ «РОСБАНК», ОАО «ОТП Банк», ЗАО «КРЕДИТ ЕВРОПА БАНК», ОАО «Альфа-Банк», ОАО «УРСА Банк», КБ «Ренессанс Капитал» (ООО).

На рынке кредитных карт с Банком конкурируют ЗАО «Банк Русский Стандарт», ЗАО КБ «Ситибанк», ОАО «ОТП Банк», GE Money Bank, ОАО

«Альфа-Банк», ОАО АКБ «АВАНГАРД», ОАО «Банк Москвы», ОАО АКБ «РОСБАНК».

Основными «игроками» на рынке нецелевых кредитов, на который Home Credit вышел в 2006 году, являются «Сбербанк России» ОАО, АКБ «РОСБАНК», ОАО «Россельхозбанк», Raiffeisen Group, ОАО «УРАЛСИБ», Группа ВТБ, ОАО «Банк Москвы» и ЗАО КБ «Ситибанк».

Перечень факторов конкурентоспособности кредитной организации - эмитента с описанием степени их влияния на конкурентоспособность оказываемых услуг.

Основные факторы конкурентоспособности Банка:

наличие международных рейтингов, позволяющее получать более высокую оценку контрагентов в отношении платежеспособности, что облегчает доступ к ресурсам.

диверсифицированная ресурсная база, позволяющая оптимизировать цену и объем привлекаемых средств,

постоянная поддержка со стороны сильной финансовой группы компаний - PPF Group и Home Credit Group, имеющих богатый и успешный опыт работы на рынках банковской розницы в странах Центральной и Восточной Европы,

собственная скоринговая система оценки платежеспособности клиента, система риск-менджмента и работы с просроченной задолженностью, которые постоянно совершенствуются в зависимости от бизнес-задач эмитента,

оперативность принятия решений, высокий уровень обслуживания, позволяющий привлекать клиентов в условиях жесткой конкуренции;

широкая сеть продаж, присутствие в большинстве регионов РФ;

широкий выбор банковских продуктов и услуг в сегменте банковской

розницы;

широкая сеть пунктов приема платежей по всей России (отделения Почты России, Сбербанка, собственные офисы эмитента);

круглосуточный телефонный информационно-справочный центр;

высокая узнаваемость бренда Home Credit в России.

Показатели ликвидности представлены в таблице 14:

Ликвидность кредитной организации - эмитента, достаточность собственных средств (капитала)

Дата 01.10.2008

Условное обозначение норматива	Название норматива	Допустимое значение норматива	Фактическое значение норматива
H1	Достаточности капитала	Min 10% (K>5 млн.евро)	20.33
H2	Мгновенной ликвидности	Min 15%	28.52
H3	Текущей ликвидности	Min 50%	127.52
H4	Долгосрочной ликвидности	Max 120%	34.71
H5	Общей ликвидности	Min 20%	отменен
H6	Максимальный размер риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков	Max 25%	17.96
H7	Максимальный размер крупных кредитных рисков	Max 800%	45.94
H9.1	Максимальный размер кредитов, банковских гарантий и поручительств, предоставленных акционерам (участникам)	Max 50%	0.00
H10.1	Совокупная величина риска по инсайдерам	Max 3%	0.15
H12	Использование собственных средств для приобретения акций (долей) др. юр. лиц	Max 25%	0.00

Все обязательные нормативы Банком выполняются.

Экономический анализ ликвидности и платежеспособности кредитной организации - эмитента, достаточности собственного капитала кредитной организации - эмитента для исполнения краткосрочных обязательств и покрытия текущих операционных расходов кредитной организации - эмитента на основе экономического анализа динамики приведенных показателей.

Ликвидность кредитной организации и достаточность капитала контролируется Банком России нормативами мгновенной и текущей ликвидности Н2, Н3, Н4 и нормативом достаточности капитала Н1 соответственно.

По состоянию на 01.10.2008 г. норматив достаточности капитала составил 20,33%, что превышает более чем в 2 раза требуемый Банком России минимальный уровень.

В течение отчетного квартала Банк полностью соблюдал нормативы, характеризующие его ликвидность. Значение нормативов Н2 и Н3 равно 28,52% и 127,52% соответственно, что выше минимально необходимых показателей, а значение норматива Н4 - 34,71% - более чем в 3 раза ниже максимально допустимого значения.

В целом, стратегия деятельности Банка направлена на достижение оптимального соотношения между ликвидностью, доходностью и рисками. В своей деятельности Банк придерживается соблюдения всех пруденциальных норм, установленных Банком России.

Общие тенденции развития рынка банковских услуг, наиболее важные для кредитной организации - эмитента

Основными положительными тенденциями развития рынка банковских услуг, важными для Банка являются:

рост активов банков;

улучшение качества кредитного портфеля (уменьшение просроченной задолженности);

стабильный и прибыльный рост.

Возможные факторы, которые могут негативно повлиять на основную деятельность кредитной организации - эмитента, и возможные действия кредитной организации - эмитента по уменьшению такого влияния

Результаты деятельности в значительной степени зависят от общеотраслевых тенденций, таким образом, среди факторов, существенным образом влияющих на результаты деятельности Банка можно отметить:

Общее состояние экономики и банковского сектора в частности. В ближайшем будущем вероятность существенного ухудшения данных параметров оценивается как низкая, хотя в отдаленной перспективе снижение цен на нефть, ухудшение кредитоспособности предприятий реального сектора экономики и физических лиц могут негативно повлиять на состояние банковского сектора в целом и Банка в частности.

Высокая вероятность роста конкуренции в банковском секторе. Влияние данного фактора на деятельность Банка выражается в снижении доходности банковских операций и роста расходов. Активизация борьбы за клиентов ценовыми методами и повышение вероятности «неблагоприятного отбора» заемщиков в сочетании с необходимостью поддержания процентных ставок по привлеченным средствам на привлекательном для клиентов уровне влечет снижение прибыли банков. Поскольку рост конкуренции происходит постепенно, вероятность резкого снижения показателей Банка за счет действия данного фактора невелика.

Высокая вероятность роста затрат Банка. Увеличение затрат связано с развитием филиальной сети, кадровым обеспечением деятельности Банка, технологическим развитием.

Наличие разветвленной филиальной сети в перспективе будет являться одним из условий высокой конкурентоспособности Банка, затраты на ее создание и развитие в настоящее время уменьшают прибыль Банка, однако в перспективе будут способствовать росту доходов.

Необходимость увеличения затрат на персонал связана с общими тенденциями роста заработных плат в банковском секторе и необходимостью

увеличения численности персонала для обслуживания все более значительного объема операций Банка.

Технологическое развитие Банка требует затрат на приобретение новой техники и технологий, наличие которых так же является неременным условием сохранения конкурентоспособности. Решения, связанные с увеличением расходов Банка тщательно анализируются на предмет их возможного влияния на результаты деятельности как в ближайшей так и в отдаленной перспективе с целью минимизации рисков.

Существенные события/факторы, которые могут улучшить результаты деятельности кредитной организации - эмитента, и вероятность их наступления, а также продолжительность их действия.

Для реализации своих целей эмитент ставит перед собой следующие основные задачи:

- . Расширение перечня и усовершенствование предлагаемых клиентам продуктов и услуг;

- . Развитие каналов дистрибуции, посредством открытия новых представительств и кредитно-кассовых офисов в регионах страны, укрепления отношений с действующими партнерами;

- . Постоянное совершенствование методик и процедур работы с просроченной задолженностью;

- . Развитие бренда: создание на рынке банковских услуг образа Банка, позволяющего клиентам дифференцировать его услуги от услуг конкурентов.

Потребительское кредитование на российском рынке

По сути потребительский кредит - это продажа торговыми предприятиями потребительских товаров с отсрочкой платежа или предоставление банками ссуд на покупку потребительских товаров, а также на оплату различного рода расходов личного характера (плата за обучение,

медицинское обслуживание и т.п.).

«В потребительском кредите заемщиком называют физическое лицо, практически любой человек может выступать как заемщик по потребительскому кредитованию. Кредитор - это организация, которая предоставляет заемщику потребительский кредит, им может быть магазин, любое торговое предприятие, банк или специализированное кредитное учреждение. Разница между кредитором - торговым предприятием и кредитором - банком в том, что первый предоставляет заемщику товар с возможностью оплаты его по частям, а второй дает деньги на покупку товара, которые потом частями возвращаются.

В основном потребительский кредит актуален при приобретении товаров дорогих или длительного пользования. К ним относятся авто, дорогая бытовая техника, мебель.» - рассуждает главный редактор журнала «Финансовый эксперт» Диана Муромцева.

«Потребительский кредит - это кредит с целью использования денежных средств в потребительских целях. Потребительские цели - это цели, не связанные с предпринимательской деятельностью. Например, это могут быть кредиты на покупку товаров длительного пользования: мобильных телефонов, мебели, бытовой техники, автомобилей. Также возможен потребительский кредит с целью оплаты различных услуг (медицинских, образовательных, туристических). Возможно предоставление денежного потребительского кредита, который заемщик использует по своему усмотрению. Кредитором может быть либо торгово-сервисная организация, либо кредитная организация. Заемщиком является физическое лицо (потребитель). На практике, потребительские кредиты предоставляют в основном банки. Для торгово-сервисных организаций предоставление потребительского кредита - не всегда выгодно, во-первых, потому, что они

очень часто нуждаются в пополнении оборотных средств, во-вторых, предоставление потребительских кредитов неизбежно влечет увеличение издержек предприятия (например, придется организовывать службу взыскания задолженности, нужно будет дополнительно закупать необходимое программное обеспечение и т.д.); фактически торгово-сервисной организации придется заниматься непрофильной деятельностью, ведь предоставление кредитов обычно прерогатива банков.» - рассказал Сергей Смирнов - директор Института социальной политики ГУ-ВШЭ

«Кредит на потребительские нужды, или как его еще называют проще, потребительский кредит - это кредитование физических лиц с целью покупки необходимых товаров небольшой стоимости (обычно до 100000 тысяч рублей). Обычно ситуация состоит в следующем. Вам не хватает 10000, 20000, 30000 рублей на покупку какой-либо мебели, бытовой техники, компьютера и т.д. В магазинах или салонах, где все это можно купить, вы можете увидеть за столиками различных представителей банков, которые предложат вам купить нужный товар в кредит. Процедура оформления подобного кредитования очень удобная, простая и занимает 15-30 минут. Алгоритм покупки товара в кредит на потребительские нужды примерно следующий:

выбираете нужную вам вещь, например, телевизор;

подходите к представителю банка;

заполняете анкету, где отвечаете на вопросы, такие как, сумма стоимости товара, предпочитаемый срок кредитования, уровень среднемесячной заработной платы, паспортные данные и т.д.;

представитель банка принимает решение о предоставлении кредита на потребительские нужды,

после немедленного составления кредитного договора и подписи

сторон, вы уходите из магазина с телевизором,

в вашу обязанность отныне войдет ежемесячное внесение необходимых платежей и погашение кредита.

Помимо всего этого представитель банка объяснит и подробно расскажет, как именно, где, в каких отделениях банка (возможно через почтовые отделения или терминалы оплаты), вам следует погашать кредит и в какие сроки. Ко всему этому, чтобы вы не забыли о погашении кредита, представитель банка распечатает для вас график погашения кредита. В принципе это основная схема оформления и получения кредита на потребительские нужды. Далее вы можете ознакомиться с особенностями кредита на потребительские нужды, на которые вам следует обратить внимание при принятии решения о том, брать или не брать кредит на потребительские нужды.» - рассказал Дмитрий Климов, начальник отдела маркетинга и PR УК «Русь-Капитал».

Таким образом в отличие от других кредитов, объектом потребительского кредита могут быть и товары, и деньги. Товарами, продаваемыми в кредит, как и оплачиваемыми за счёт банковских ссуд, являются предметы потребления длительного пользования. Субъектами кредита, с одной стороны, выступают кредиторы, в данном случае - это коммерческие банки, специальные учреждения потребительского кредита, магазины, сберкассы и другие предприятия, а с другой стороны - заемщики - люди. Во Франции около 1/4 всего потребительского кредита предоставляется банками и 3/4 - специализированными кредитными учреждениями. Но поскольку последние получают необходимые им средства в большей мере за счёт банковских ссуд, то фактически 9/10 всей суммы потребительского кредита предоставляется банками. Погашается потребительский кредит в разовом порядке или с расчётного платежа.

Кредит с разовым погашением. Сюда относятся текущие счета, открываемые покупателем на срок 11,5 месяца в универмагах и других предприятиях розничной торговли; в пределах предоставленных кредитов они покупают товары и, по истечении установленного срока, одновременно погашают свою задолженность. Потребительский кредит с разовым погашением включает также кредиты в виде отсрочки платежа (за услуги коммунальных предприятий, врачей и медицинских учреждений).

Кредит с рассрочкой платежа, основная часть потребительского кредита (в США - 3/4 всей его суммы) составляют кредиты с рассрочкой платежа.

Через различные формы потребительского кредита обслуживается всё возрастающая доля розничного товарооборота.

Возможность возникновения и развития кредита связаны с кругооборотом и оборотом капитала. В процессе движения основного и оборотного капитала происходит высвобождение ресурсов. Средства труда используются в процессе производства длительное время, их стоимость переносится на стоимость готовой продукции частями. Постепенное восстановление стоимости основного капитала в денежной форме приводит к тому, что высвобождающиеся денежные средства оседают на счетах предприятий. Вместе с тем на другом полюсе возникает потребность в замене изношенных средств труда и достаточно крупных единовременных затратах. Аналогичные по своему характеру процессы происходят и в движении оборотного капитала. Более того, здесь колебания в кругообороте и обороте проявляют себя более разнообразно. Так, в силу сезонности производства, неравномерных поставок и другого происходит несовпадение времени создания и обращения продукции. У одних субъектов появляется временный избыток средств, у других их недостаток. Это создаёт возможность возникновения кредитных отношений, то есть кредит разрешает

относительное противоречие между временным оседанием средств и необходимостью, их использования в хозяйстве.

Кредитные отношения в экономике базируются на определенной методологической основе, одним из элементов которой выступают принципы, строго соблюдаемые при практической организации любой операции на рынке ссудных капиталов.

Принципы потребительского кредитования:

. Возвратность кредита.

Этот принцип выражает необходимость своевременного возврата полученных от кредитора финансовых ресурсов после завершения их использования заемщиком. Он находит свое практическое выражение в погашении конкретной ссуды путем перечисления соответствующей суммы денежных средств на счет предоставившей ее кредитной организации (или иного кредитора), что обеспечивает возобновляемость кредитных ресурсов банка как необходимого условия продолжения его уставной деятельности. В отечественной практике кредитования в условиях централизованной плановой экономики существовало неофициальное понятие «безвозвратная ссуда». Эта форма кредитования имела достаточно широкое распространение, особенно в аграрном секторе, и выражалась в предоставлении государственными кредитными учреждениями ссуд, возврат которых изначально не планировался из-за кризисного финансового состояния заемщика. По своей экономической сущности безвозвратные ссуды являлись скорее дополнительной формой бюджетных субсидий, осуществляемых через посредничество государственного банка, что традиционно осложняло кредитное планирование и вело к постоянной фальсификации расходной части бюджета. В условиях рыночной экономики понятие безвозвратной ссуды столь же недопустимо, как, например, понятие "плановоубыточное

частное предприятие".

. Срочность кредита

Он отражает необходимость его возврата не в любое приемлемое для заемщика время, а в точно определенный срок, зафиксированный в кредитном договоре или заменяющем его документе. Нарушение указанного условия является для кредитора достаточным основанием для применения к заемщику экономических санкций в форме увеличения взимаемого процента, а при дальнейшей отсрочке предъявления финансовых требований в судебном порядке. Частичным исключением из этого правила являются так называемые онкольные ссуды, срок погашения которых в кредитном договоре изначально не определяется. Эти ссуды, достаточно распространенные в XIX начале XX вв. (например, в аграрном комплексе США), в современных условиях практически не применяются, прежде всего из-за создаваемых ими сложностей в процессе кредитного планирования. Кроме того, договор об онкольном кредите, не определяя фиксированный срок его погашения, четко устанавливает время, имеющееся в распоряжении заемщика с момента получения им уведомления банка о возврате полученных ранее средств, что в какой-то степени обеспечивает соблюдение рассматриваемого принципа.

. Платность кредита. Ссудный процент.

Этот принцип выражает необходимость не только прямого возврата заемщиком полученных от банка кредитных ресурсов, но и оплаты права на их использование. Экономическая сущность платы за кредит отражается в фактическом распределении дополнительно полученной за счет его использования прибыли между заемщиком и кредитором. Практическое выражение рассматриваемый принцип находит в процессе установления величины банковского процента, выполняющего три основные функции:

- перераспределение части прибыли юридических и дохода физических

лиц;

- регулирование производства и обращения путем распределения ссудных капиталов на отраслевом, межотраслевом и международном уровнях;

- на кризисных этапах развития экономики антиинфляционную защиту денежных накоплений клиентов банка.

Ставка (или норма) ссудного процента, определяемая как отношение суммы годового дохода, полученного на ссудный капитал, к сумме предоставленного кредита выступает в качестве цены кредитных ресурсов.

Подтверждая роль кредита как одного из предлагаемых на специализированном рынке товаров, платность кредита стимулирует заемщика к его наиболее продуктивному использованию. Именно эта стимулирующая функция не в полной мере использовалась в условиях плановой экономики, когда значительная часть кредитных ресурсов предоставлялась государственными банковскими учреждениями за минимальную плату (1,5-5% годовых) или на беспроцентной основе.

Принципиально отличаясь от традиционного механизма ценообразования на другие виды товаров, определяющим элементом которого выступают общественно необходимые затраты труда на их производство, цена кредита отражает общее соотношение спроса и предложения на рынке ссудных капиталов и зависит от целого ряда факторов, в том числе чисто конъюнктурного характера:

- цикличности развития рыночной экономики (на стадии спада ссудный процент, как правило, увеличивается, на стадии быстрого подъема снижается);

- темпов инфляционного процесса (которые на практике даже несколько отстают от темпов повышения ссудного процента);

- эффективности государственного кредитного регулирования, осуществляемого через учетную политику центрального банка в процессе кредитования им коммерческих банков;

- ситуации на международном кредитном рынке (например, проводившаяся США в 80х гг. политика удорожания кредита обусловила привлечение зарубежного капитала в американские банки, что отразилось на состоянии соответствующих национальных рынков);

- динамики денежных накоплений физических и юридических лиц (при тенденции к их сокращению ссудный процент, как правило, увеличивается);

- динамики производства и обращения, определяющей потребности в кредитных ресурсах соответствующих категорий потенциальных заемщиков;

- сезонности производства (например, в России ставка ссудного процента традиционно повышается в августе-сентябре, что связано с необходимостью предоставления аграрных кредитов и кредитов для завоза товаров на Крайний Север);

- соотношения между размерами кредитов, предоставляемых государством, и его задолженностью (ссудный процент стабильно возрастает при увеличении внутреннего государственного долга).

. Обеспеченность кредита

Этот принцип выражает необходимость обеспечения защиты имущественных интересов кредитора при возможном нарушении заемщиком принятых на себя обязательств и находит практическое выражение в таких формах кредитования, как ссуды под залог или под финансовые гарантии. Особенно актуален в период общей экономической нестабильности, например, в отечественных условиях.

. Целевой характер кредита

Распространяется на большинство видов кредитных операций, выражая

необходимость целевого использования средств, полученных от кредитора. Находит практическое выражение в соответствующем разделе кредитного договора, устанавливающего конкретную цель выдаваемой ссуды, а также в процессе банковского контроля за соблюдением этого условия заемщиком. Нарушение данного обязательства может стать основанием для досрочного отзыва кредита или введения штрафного (повышенного) ссудного процента.

Чаще всего кредиты брали люди, которые находились в крайней нужде. После того как все стали выращивать на земле продукты для пропитания, человек столкнулся с проблемой неурожаев. Один такой неурожай, мог оставить всю семью без еды на целый год. Попавший в такую ситуацию земледелец был вынужден идти к богатому за помощью. Обычно он просил денег в долг до следующего урожая. Причем проценты определялись в системе бартера. Я занял у вас мешок зерна, а должен возвратить два. Такие бизнес-отношения определили появление рыночного хозяйства и денег.

Гарантии того, что человек сможет отдать долг и улучшить свое положение не было никакой. При невозможности отдать долг, он лишался своего имущества, а если с него нечего было взять, то отправлялся к своему кредитору в "долговое рабство". Это явление, общество в целом, не поддерживало. Главным борцов против него выступила церковь.

Священники аргументировали свой протест против зверских процентов с помощью Библии. В Евангелии от Луки написано: "...взаимы давайте, не ожидая ничего..." (VI, 35). Следовательно кредитор не должен был взимать проценты и вообще ожидать возвращения ссуды. К этому добавлялось учение о проценте древнегреческого мыслителя Аристотеля (чью философию средневековая церковь пыталась совместить с христианством). Согласно Аристотелю, процент является противоестественной формой дохода, так как "деньги не могут рождать деньги".

Помимо этого, церковь пыталась найти рациональные доказательства неестественности процента. Одним из аргументов был, например, следующий: отданные в долг деньги возвращаются кредитору обратно в целости, процент является платой за время, а время нельзя продавать, так как оно принадлежит Богу. Пользуясь своей властью, церковь пытается покончить с процентом "сверху". В 1179 г. папа Александр III издает указ о запрещении "процента" под страхом лишения причастия. В 1274 г. папа Григорий X применяет более строгое наказание - изгнание из государства. В 1311 г. папа Климент V вводит в качестве наказания отлучение от церкви.

В конце средних веков государство вообще прекращает свою борьбу против любой формы кредитов. Борьба с кредиторами ведется с помощью "урегулирования процентной ставки".

В 1545 г. в Англии максимальная ставка 10% в год. В 1624 г. она снижена до 8%, а в 1652 г. - до 6%. Остальные страны применяли похожую практику. В 1640 г. в Нидерландах установлена максимальная ставка процента в размере не выше 5%, во Франции в 1601 г. был установлен максимальный процент 6%. В 1754 году в России максимальный процент был равен 6%.

В XVIII в. запрещение процентов вызывает волну недовольства среди кредиторов, и в XIX в. почти везде пропадает контроль за размером процента. При этом в законодательстве большинства стран остается понятие ростовщичества ("эксплуатации нужды, слабости разума, неопытности или душевного возбуждения кредитующегося") и уголовная ответственность за него.

Занимали деньги и богатые люди, которым нехватало средств для осуществления своих грандиозных замыслов. В этом случае заемщиками могли выступать даже короли!

Много веков банковский потребительский кредит развивался слабо. Это было обусловлено рядом причин, которые существовали на тот момент в обществе. Вплоть до Второй мировой войны коммерческие банки развитых капиталистических странах почти не предоставляли населению денежные ссуды на потребительские цели.

Первые квалифицированные кредиторы появились в США. В 1920-1930 гг. группа из нескольких банков, возглавляемая одним из предшественников нью-йоркских "City-Corp" и "Bank of America", создала у себя отделы потребительского кредита. Вначале эта банковская группа предоставляла займы частным лицам на такие цели, как оплата медицинской помощи, стоматологических услуг, обучения и т.п., но потом приступила к выдаче ссуд на покупку в рассрочку потребительских товаров.

После войны сектор потребительского кредита стал одним из наиболее быстроразвивающихся сегментов рынка кредитных услуг коммерческих банков. В других западных странах бум в области банковского кредитования потребительских нужд населения начался в конце 50-х годов.

Наибольшее распространение потребительский кредит получил в США: только за период 70-х гг. наблюдался трехкратный рост остатков по потребительскому кредиту. К началу 90-х гг. он превышал сумму 600 млрд долл. Стоит отметить, что темпы роста потребительского кредита в промышленно развитых странах Европы опережали динамику рынка США (так, в Германии в 70-х гг. наблюдался пятикратный рост потребительского кредита, достигнув уровня 190 млрд долл. США к началу нынешнего десятилетия).

Однако разница в стартовых позициях стран после Второй мировой войны предопределила особенное положение рынка США как наиболее емкого и развитого. Поэтому, анализируя западный опыт, мы в первую

очередь обращаем свое внимание на практику потребительского кредита США.

История законодательства о потребительских кредитах в США насчитывает не один десяток лет. Единый Кодекс о Потребительских Кредитах (The Uniform Consumer Credit Code) первоначально был принят в семи штатах. Целью этого акта было защитить потребителей, получающих кредиты для финансирования покупок, гарантировать правильное, адекватное предоставление услуг по кредитованию, регулировать кредитную индустрию в целом.

Закон о потребительском кредите разработан специальными уполномоченными по унификации законодательства штатов в 1968 г. Закон был принят почти четвертью штатов и охватывает много областей, присутствующих в Федеральном законе о защите потребителя. Закон устанавливает:

- справедливые правила предоставления кредита;

- верхние пределы ставок;

- правила продажи по передаче и продаже в рассрочку, оговорки к контрактам, средства судебной защиты кредитора, решения суда о взыскании остатка долга по реализации обеспечения, наложения ареста на имущество должника и др.

Он также регулирует кредитные сделки, охватывающие большую часть продажи недвижимости, товаров и услуг лицами, регулярно участвующими в продаже в кредит.

Американский закон «О защите прав потребителей» содержит часть, посвященную потребительским кредитам. Он обязывает кредиторов в полной мере доводить до потребителей условия кредитования. Закон также защищает потребителей от злоупотреблений со стороны ростовщиков, ограничивает

размеры вознаграждений, учреждает Национальную комиссию по потребительским финансам, которая компетентна вести расследования в области потребительского кредитования.

Также Закон регламентирует деятельность компаний, выпускающих кредитные карты и предоставляющих кредитные истории. Закон запрещает какую-либо дискриминацию при кредитовании.

В России кредиты существовали и в советский период. Оформить покупку в кредит можно было, перейдя в универмаг с соответствующей справкой с места работы, и заполнив анкету, забрать необходимый товар. Дальнейшая расплата происходила уже без непосредственного участия потребителя - бухгалтерия с работы пересчитывала необходимую для уплаты суммы в рассрочку с ежемесячной зарплаты.

Старшее, да и среднее поколение хорошо помнят кредиты на покупку товаров, которые можно было оформить в крупных универмагах. Приходишь, приносишь справку с места работы, заполняешь коротенькую анкету и все, товар твой.

Дальнейшее заемщика (будем называть этого человека современным умным словом, хотя он об этом тогда и не подозревал) не волновало. Бухгалтерия на работе исправно вычитала из зарплаты его 5-10 рублей и переводила в магазин.

Напомним, что за 11 месяцев 2003 г. объем предоставленных потребительских кредитов вырос в долларовом выражении на 112% по отношению к началу года. Данные темпы роста кредитования частного сектора являются рекордными за последние годы.

Вместе с возможностями, которые дают потребительские кредиты, потребители получили и массу проблем, связанных с отсутствием специализированной законодательной базы. Реклама обещает, что покупатель

переплачивает всего 10 процентов от стоимости товара, бесплатные кредиты, которые в действительности оказываются дорогими - до 30-100%.

В России сейчас существует 2 вида потребкредитов в «чистом» виде. Можно взять кредит в банке, а можно купить товар в кредит. По сути, договор один и тот же, заключается с кредитным учреждением, только во втором случае потребитель получает не деньги, а товары или услуги. Банк платит за потребителя продавцу или исполнителю, а потребитель расплачивается с банком в течение нескольких месяцев или лет.

Законодательно потребительское кредитование регламентируется Гражданским кодексом, на основании положений которого между банком и заемщиком заключается кредитный договор.

"Хоум Кредит", "ОВК", "Альфа-банк", "МДМ-банк" и многие другие считали за честь иметь в своем продуктовом ряде потребительские кредиты. Каждый делал ставку на свои преимущества - быстрота оформления, минимум документов, выгодные процентные ставки и т.д.

Постепенно, потребительское кредитование приобрело массовый характер, что сказалось на положительных результатах. Помимо банков, весьма выгодным явлением потребительское кредитование является для торговых организаций. К началу 2005 года, по оценкам различных аналитических агентств, товары, продаваемые в кредит составляли порядка 60% от суммарного объема продаж крупных сетевых магазинов. Лидерами среди них являлись такие торговые сети как: "М-Видео", "Эльдорадо", "МИР". На территории данных организации в среднем представлено по 5-10 банков, которые готовы предложить рынку свои уникальные условия.

Пытаясь увеличить спрос на потребительские кредиты, банки выходят на рынок с новыми условиями. Появляется такое понятие как "акция", а соответственно банки вводят новые продукты: "бесплатный кредит", "кредит

без первоначального взноса", "10-10-10", "беспроцентный кредит". Однако, такие акции не могут появляться в ущерб банку. Именно этого, так и не понимает потенциальный заемщик, когда обращается в банк за кредитом. Думая о том, что банки действительно выдают беспроцентные кредиты, клиент пытается успокоить себя, что, по сути, он покупает товар в рассрочку.

В настоящее время, все большей популярностью пользуется разновидность потребительского кредитования - автокредитование. Данный банковский сегмент характерен меньшими процентными ставками, меньшими рисками, что наряду с оперативностью оформления и быстротой выдачи кредита делает его привлекательным и для банка, и для заемщика, и для автосалона.

Страхуя риски, банки вводят дополнительные условия - страхование залогов (автотранспорта). Это в свою очередь дополнительными расходами ложится на заемщиков, которые переплачивают за страховку в среднем 10-20% от стоимости автомобиля.

Таким образом, автокредитование затрагивает и страховой рынок, принося ему дополнительные объемы продаж, а соответственно и прибыли. Не остаются в накладе и банки с автосалонами, которые получают агентские комиссии от страховых компаний.

В отличие от классического потребительского кредитования, где в основном кредиты выдаются в рублях, отличительной особенностью автокредитования являются валютные кредиты. А соответственно и процентные ставки (с учетом различных банковских комиссий) ниже на 30-40%.

Дополнительными прибылями, которые получает банк в рамках реализации программ потребительского кредитования, являются комиссии с торговых организаций, в которых осуществляется выдача кредитов. Это так

называемый дисконт с торговой организации.

Другим, немаловажным и перспективным направлением для банков является активное продвижение розничного кредитования не только в столичном регионе, но и по всей территории России. Естественно, что развитие банковского бизнеса в регионах отстает примерно на 2-3 года от столичного, но учитывая огромный спрос, данное направление представляется весьма выгодным и интересным.

В начале 2000-х годов, "Русский стандарт", "Хоум кредит" постепенно открывают представительства и филиалы в крупнейших городах России. В таких как: Санкт-Петербург, Екатеринбург, Самара, Ростов-на-Дону, Волгоград, Казань, Уфа и многих других.

В регионах, крупнейшим московским банкам составляют большую конкуренцию местные банки, которые также готовы предложить клиентам выгодные условия и более дешевый кредитный продукт. Таким образом, московские банки помимо своей внутренней конкуренции, получают конкурентную борьбу в регионах еще и с местными банками.

На сегодняшний день потребительское кредитование охватило всю территории нашей страны. Что говорит о том, что розничный банковский сегмент развивается не локально, а охватывает масштабы всей страны.

Проводя анализ развития потребительского кредитования в России можно выделить положительные и отрицательные черты.

К положительным можно отнести:

получение банками стабильно высокой прибыли;

увеличение объема продаж торговыми организациями и автосалонами;

увеличение покупательской платежеспособности;

увеличение клиентской базы, как для банков, так и для торговых организаций;

К отрицательным:

повышенные риски невозвратности денежных средств, для банков;

значительные переплаты за товар, который покупает клиент;

Тем не менее, комплексная реализация программ потребительского кредитования несет для экономики страны больше положительных тенденций, нежели отрицательных. Однако, сохранение потребительского кредитования в тех формах, которые оно носит сейчас весьма проблематично. Следующим этапом (который начал реализовываться уже сейчас) станет нецелевое кредитование при помощи пластиковых карт.

Сейчас формы подобного кредитования в России существуют, однако не пользуются большой популярностью. В первую очередь это связано, с неразвитостью инфраструктуры принятия пластиковых карт к оплате (небольшое количество POS-терминалов, импринтеров, банкоматов). А во-вторых, для получения подобных кредитов банки требуют с заемщиков дополнительные подтверждения платежеспособности.

Однако, уже в ближайшем будущем, следуя мировым тенденциям развития потребительского кредитования, в нашей стране банковское розничное направление трансформируется в три основных направления:

кредитование на пластиковые карты;

автокредитование;

ипотечное кредитование.

Для развития данных программ банкам необходимо:

снижение процентных ставок, как фактор повышения спроса;

страхование финансовых рисков под возможные потери;

создание кредитных бюро на всей территории России;

развитие технологий банковской инфраструктуры.

Потребительские кредиты Банка:

. «Стандартный +»

Срок кредита - 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18 и 24 мес.,

Первоначальный взнос - от 0%, от 10% и от 20% от стоимости Товара.

Без комиссии за предоставление кредита

Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 15):

Процентная ставка «Стандартный +»

Размер Первого взноса	Процентная ставка (годовых)	
	Паспорт РФ	Паспорт РФ + второй документ
От 0%	-	75%
От 10%	75%	72%
От 20%	72%	67%

Минимальный размер кредита - 3 000 руб.,

Максимальный размер кредита - 200 000 руб.,

Досрочное погашение возможно через 3 месяца.

. «Домашний» для покупки аудио-, видео- и бытовой техники

Размер кредита - от 3 000 до 200 000 рублей

Первый взнос - от 10% от стоимости товара

Срок кредитования - 6, 8, 10, 12, 14,16,18 или 24 месяца

Без комиссии за предоставление кредита

Кредитование услуг «Установка и подключение КБТ», «Установка и подключение HiFi», «Установка и подключение программного обеспечения» и Полисов Росгосстрах осуществляется только по стандартным кредитным продуктам вместе с товаром, на который оформлена услуга.

Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 16):

Процентная ставка «Домашний»

Размер Первого взноса	Процентная ставка (годовых)	
	Паспорт РФ	Паспорт РФ + второй документ
От 10%	43%	41%
От 20%	41%	38%

3. «Комфортный» для покупки любых товаров, кроме мобильных

телефонов и иных средств мобильной связи

Размер кредита - от 3 000 до 100 000 рублей

Первый взнос - от 0% от стоимости товара

Срок кредитования - 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18 или 24 месяца

Без комиссии за предоставление кредита

Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 17):

Процентная ставка «Комфортный»

Размер Первого взноса	Процентная ставка (годовых)	
	Паспорт РФ	Паспорт РФ + второй документ
От 0%	-	57%
От 10%	52%	48%
От 20%	48%	41%

4. «Мой компьютер плюс» для покупки компьютеров (кроме ноутбуков), оргтехники и периферийных устройств

Размер кредита - от 3 000 до 100 000 рублей

Первый взнос - от 10% от стоимости товара

Срок кредитования - 8, 10, 12, 14, 16, 18 или 24 месяца

Без комиссии за предоставление кредита

Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 18):

Процентная ставка «Мой компьютер плюс»

Размер Первого взноса	Процентная ставка (годовых)	
	Паспорт РФ	Паспорт РФ + второй документ
От 10%	45%	42%
От 20%	42%	39%

5. «Мобильный +»рок кредита - 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18 и 24 мес.,

Первоначальный взнос - от 10%, от 20% и от 50% от стоимости Товара.

Без комиссии за предоставление кредита

Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 19):

Процентная ставка «Мобильный +»

Размер Первого взноса	Процентная ставка (годовых)	
	Паспорт РФ	Паспорт РФ + второй документ
От 0%	75%	72%
От 20%	72%	69%
От 50%	67%	59%

Минимальный размер кредита - 3 000 руб.,

Максимальный размер кредита - 50 000 руб.,

Досрочное погашение возможно через 3 месяца.

. «Новый вариант»

Срок кредита - 5, 6, 7, 8, 9, 10 мес.;

Первоначальный взнос - 10, 20, 30, 40, 50% от стоимости Товара;

Без комиссии за предоставление кредита;

Процентная ставка за пользование кредитом:

Процентная ставка ««Новый вариант»»

Количество Ежемесячных платежей	Размер первого взноса, % от стоимости Товара				
	10	20	30	40	50
10	23,60 %	26,40 %	30,10 %	34,70 %	41,40 %
9	26,00 %	29,00 %	33,00 %	38,20 %	45,40 %
8	28,80	32,30	36,60	42,40	-

	%	%	%	%	
7	32,40 %	36,30 %	41,20 %	47,70 %	-
6	37,00 %	41,50 %	47,10 %	-	-
5	43,10 %	48,40 %	-	-	-

Минимальный размер кредита - 3 000 руб.;

Максимальный размер кредита - 100 000 руб.;

. 0% Мобильный телефон

Срок кредита - 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18 и 24 месяца;

Первоначальный взнос - от 0%;

Максимальный размер кредита - 50 000 руб.;

Минимальный размер кредита - 3 000 руб.;

Без комиссии за предоставление кредита;

Процентная ставка за пользование кредитом зависит от количества предоставленных документов и размера первого взноса (см. таблицу 21):

Процентная ставка «0% Мобильный телефон»

Размер Первого взноса	Процентная ставка (годовых)	
	Паспорт РФ	Паспорт РФ + второй документ
От 0%		79%
От 10%	75%	72%
От 20%	72%	69%
От 50%	67%	59%

ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» предлагает своим клиентам новые уникальные банковские карты:

. Карта БОЛЬШЕ!:

БОЛЬШЕ радости, БОЛЬШЕ уверенности, БОЛЬШЕ счастья

Кредитный лимит - от 20 до 100 000 рублей на любые цели

Льготный период - до 51 дня

Годовая процентная ставка - 27,9%

Выпуск и активация Карты - бесплатно

Карта БОЛЬШЕ! для абонентов МТС:

БОЛЬШЕ радости, БОЛЬШЕ уверенности, БОЛЬШЕ счастья

Бонус, равный 400 рублям на лицевой счет в МТС после совершения первой покупки по Карте до 8 марта 2009 года

Кредитный лимит - от 10 000 до 100 000 рублей на любые цели

Льготный период - до 51 дня

Годовая процентная ставка - 24,9% за покупки, оплаченные Картой

Выпуск и активация Карты - бесплатно

. Карта МАХИМУМ:свободы и удобства

Льготный период - до 51 дня

Годовая процентная ставка на покупки - 24,9%

Кредитный лимит - от 10 000 до 100 000 рублей на любые цели

Выпуск и активация Карты - бесплатно скидок в подарок от ISiC

. Карта Хоум Кредит:

Свободный доступ к денежным средствам Банка для снятия наличных и оплаты покупок

Годовая процентная ставка - 19%

Кредитный лимит - от 10 000 до 100 000 рублей на любые цели

Льготный период - до 51 дня

Фиксированный размер ежемесячных платежей

Выпуск и активация Карты - бесплатно

ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» предлагает своим новым и существующим клиентам уникальную возможность - одновременно получить потребительский кредит в магазине, совершить покупку, оформить

банковскую карту.

. Карта Зеленый свет

«Зеленый свет» Вашим покупкам;

Система вознаграждений при снятии наличных

Постоянный доступ к кредитам от 10 000 рублей до 60 000 рублей

Льготный период - до 51 дня

Годовая процентная ставка - 19%

Выпуск и активация Карты - бесплатно

. Карта Послушный кредит

Постоянный доступ к кредитам от 6 000 рублей до 40 000 рублей

Беспроцентный период - 31 день с момента активации Карты

Возможность выбирать сумму и срок ежемесячного платежа (но не менее минимального и не реже 1 раза в месяц) и дату полного погашения задолженности

Годовая процентная ставка - 19%

Выпуск и активация Карты - бесплатно

ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк" является активным оператором на рынке межбанковского кредитования в рублях и иностранной валюте.

Структура кредитного портфеля

Кредитный портфель представляет собой остаток кредитной задолженности по балансу коммерческого банка на определенную дату. т.е. совокупность требований банка по кредитам, которые классифицированы на основе определенных критериев.

В российской экономической литературе кредитный портфель определяется как: совокупность выданных ссуд, которые классифицируются на основе критериев, связанных с различными факторами кредитного риска или способами защиты от него.

Приоритетными направлениями деятельности Банка является предоставление кредитов и финансовых услуг физическим лицам в сегменте банковской розницы: на покупку потребительских товаров непосредственно в местах продаж, а также предоставление кредитов на основе пластиковых карт (доля в портфеле Банка - порядка 30% от общего портфеля, на 30/09/2008) и кредитов наличными (доля - свыше 18% от общего портфеля на 30/09/2008) как для клиентов, ранее пользовавшихся потребительским кредитом Банка, так и для новых клиентов через сеть собственных офисов, а также через партнерскую сеть.

Банк предоставляет потребительские кредиты (в основном на приобретение бытовой, аудио/видео техники, мебели, мобильных телефонов - свыше 50 категорий товаров.) через широкую сеть магазинов-партнеров в Москве и регионах Российской Федерации. Услуги Банка доступны более чем в 1 200 городах в 80 регионах Российской Федерации.

Клиентами Банка могут стать жители России в возрасте от 18, имеющие стабильный источник дохода и постоянную прописку в одном из регионов страны, где Банк предоставляет свои услуги. Условия кредитования (размер первоначального взноса, срок кредита, процентная ставка и пр.) зависят от вида кредита, стоимости товаров, приобретаемых в кредит, кредитного продукта, категории риска товара/продавца/клиента.

В ноябре 2004 г. эмитент приступил к выпуску расчетных карт Maestro международной платежной системы MasterCard International.

Клиенты Банка могут вносить платежи в счет погашения задолженности по кредиту более чем в 40 000 пунктах приема платежей, благодаря сотрудничеству Банка с ФГУП «Почта России» и развитию сети кредитно-кассовых офисов Банка. Для упрощения процедуры внесения платежей часть необходимой для погашения кредита информации содержится

на бланках в закодированном виде, которые клиент получает сразу после предоставления Банком кредита.

Банк «Хоум Кредит» уведомил о денежных результатах за 6 месяцев 2008 года в соответствии с МСФО. По состоянию на 30 июня 2008 года общий объем выданных по картам банка кредитов составил 11,3 млрд. рублей, что на 140% больше показателей аналогичного периода 2007 года. На конец первого полугодия банком было выпущено порядка 6 млн. кредитных карт. Согласно данным банка, «Хоум Кредит» сильно увеличил за полгода объем операций по кредитам наличными: общий объем выданных кредитов по результатам первого полугодия составил 4 млрд. рублей по сравнению с 170 млн. рублей, выданных за такой же период 2007 года. Несмотря на рост показателей в сегментах кредитных карт и кредитов наличными, объемы товарного кредитования в банковском учреждении сократились до 6% на отчетную дату в связи с диверсификацией кредитного портфеля банка за счет увеличения операций по кредитным картам и кредитам наличными. Портфель ипотечных кредитов банка, которые предоставляются в сегменте низко-рискованных кредитов на рынке в Российской Федерации, вырос до 1 185 млн. рублей, при полном отсутствии просроченных кредитов. Доля ипотечных кредитов в общем кредитном портфеле банка увеличилась до 3% по сравнению с результатами на конец года. Уровень просроченной задолженности банка снизился до 13,7% от общего портфеля.

Автором собран аналитический, статический, бухгалтерский материал ежеквартальных итогов работы банка, с целью проведения в соответствии с выбранной тематикой анализа организации процесса потребительского кредитования и его эффективности.

Подводя итоги, на основе изучения теоретических концепций организации потребительского кредитования, особенностей организации

кредитного процесса, проведенного анализа методики, используемой ООО «ХКФ Банк» при оценке кредитоспособности заемщика, можно отметить об эффективности действующей методики и кредитной политики банка в целом, являющегося базой прохождения преддипломной практики.

Часть 3. Выводы по итогам прохождения преддипломной практики

Этапы прохождения преддипломной практики позволили автору приобрести опыт работы в трудовом коллективе в процессе осуществления выдачи потребительских кредитов физическим лицам - клиентам банка. Также позволили получить опыт осуществления сбора пакета документов по кредитной заявке; изучить нормативно-правовую базу в разрезе выбранной темы дипломной работы, включающей федеральные законы, инструкции Центрального банка России, внутренние положения ООО «ХКФ Банка» по осуществлению потребительского кредитования физических лиц.

Автором собран аналитический, статический, бухгалтерский материал ежеквартальных итогов работы банка, с целью проведения в соответствии с выбранной тематикой анализа организации процесса потребительского кредитования и его эффективности.

Подводя итоги, на основе изучения теоретических концепций организации потребительского кредитования, особенностей организации кредитного процесса, проведенного анализа методики, используемой ООО «ХКФ Банк» при оценке кредитоспособности заемщика, можно отметить об эффективности действующей методики и кредитной политики банка в целом, являющегося базой прохождения преддипломной практики.

ОТЗЫВ

О прохождении практики в ООО «ХКФ Банк»

Студентом Басистой Татьяной Владимировной

(фамилия, имя, отчество)

Студентка проходила производственную практику в Мини-офисе ООО «Хоум Кредит» г. Абакана.

В первые дни практики Басистая Татьяна Владимировна ознакомилась с Уставом и внутренними нормативными документами банка, в том числе с должностной инструкцией кредитного эксперта офиса банка, со структурой банка, банковскими правилами и обычаями, а также с распоряжениями Правления банка. Изучила с помощью руководителя практики действующее законодательство России, в том числе нормативные акты Банка России, регулирующие деятельность коммерческого банка, а также изучила кредитную политику банка, в целях изучения кредитного портфеля коммерческого банка. Рассмотрела действующие программы кредитования физических лиц ООО «ХКФ» и ознакомилась с типовыми договорами: кредитные, договора залога, поручительства и договоры банковского счета. Басистая Татьяна Владимировна показала себя ответственным и исполнительным специалистом. Быстро и легко освоила программу по кредитным операциям банка. Изучила пакет документов необходимый для выдачи денежного и товарного кредита физическому лицу, освоила подготовку пакета документов для выдачи потребительского кредита. Принимала активное участие в анализе и сборе информации по действующим программам кредитования банком конкурентов в г. Абакане. Показала свое умение работать с людьми и должностными лицами.

При прохождении практики студентка использовала теоретические

знания, полученные ей в учебном заведении. Все поручения руководителя практики исполняла добросовестно и в срок. За период прохождения практики Басистая Татьяна Владимировна закрепила знания, полученные в процессе теоретического обучения, приобрела, необходимые навыки работы кредитным экспертом офиса банка и заслуживает положительной оценки.

Нареканий со стороны руководителя практики и иных лиц не получала, имела положительные отзывы.